

Содержание

В номере:

НОВОСТИ



4-5, 6, 8, 20, 58, 74

СОБЫТИЯ

10 Премия «Золотой ключ-2016». Специальная номинация от журнала

82 «АВТОМАЛЯР- 2016»: финал

84 Московский международный форум «АВТОКОМПОНЕНТЫ 2016»

АНАЛИТИКА

12 Кризис как прачечная
В условиях растущей напряжённости на рынке особенно интересно отслеживать поведение не только компаний и холдингов, но целых сегментов рынка. Причём оценивать и в их словах, и в объективных цифрах

АСА-ИНФО

22 Жизнь после аварии: бизнес-детектив

Пора ограничить производл автоюристов, полноценно включить в процесс урегулирования сервисные станции, оптимизировать загрузку. В плане социальной проблематики поле интересов и того шире. Это огромный пласт интересов, способный дать мощный толчок к цивилизации процесса, а с ним – страхового рынка и сообщества, поведенческой модели на уровне автовладельцев, общества в целом

24 Дающие вторую жизнь

Кто-то должен был решиться на такой непростой, но важный для рынка в целом шаг – на «оцифровку» в сегменте б/у запчастей и создание современных каталогов и систем торговли, в т. ч. он-лайн. Такого новатора мы нашли

В ФОКУСЕ

32 Взгляд со стороны

Спикеры уделили много внимания тезису о «разумных» решениях. И особо акцентировали внимание на том, что логика и здравый смысл на уровне топ-менеджмента и собственника просто обязаны превалировать при оценке целесообразности и создании «дорожной карты» любых управленческих изменений

Мнения экспертов:

34 Сергей Чернявский

35 Илья Кузнецов

36 Олег Молотков

37 Константин Палфинов

38 Алина Окорокова

38 Дарья Учеватова

39 Алексей Щербак

40 Кирилл Яковлев



42 Технологии, меняющие рынок

БИЗНЕС

44 Учиться поздно! Пора действовать!

Всем участникам рынка уже давно должно быть понятно, что эффективность тренинга оценивается не сиюминутным мнением участников о том, как прошло мероприятие. Оценка значительно более объективна после внедрения конкретных действий от тренинга

50 Ориентация на результат

В этой статье мы расставим все точки над «i» и покажем логику в решении дилеммы: что важнее – процесс или результат?

54 Как сделать конверсию звонков, не переплачивая?

На рынке встречаются предложения покупать лиды и звонки, не вникая в технологию их генерации. Некоторые компании такие предложения принимают и обращения покупателей начинают поступать. Маркетолог рапортует о достижении заявленного KPI, всё хорошо... кроме реальных продаж

А-СЕГМЕНТ

56 Мнения дилеров о резервах в развитии продаж

ТРЕНДЫ

60 Технологии крупным планом

Мировая премьера инновационной технологии Monosteel EnviroKool состоялась 28 июня в городе Аусбург (Германия), в ходе дней инноваций концерна

ОТДЕЛ КАДРОВ

66 Забудьте понятие «колл-центр»

Пора принять тот факт, что отныне общение с клиентом – не набор двух опций, личной и телефонной бесед с «приправой» официальной бумажной переписки, но широкое поле коммуникаций очень разного рода

72 «И клиент доволен, и выручка увеличилась»

Квалификация мастеров-консультантов. Это важнейший фактор успеха всего предприятия, поскольку эти люди в конечном счёте определяют, сколько денег получит сервис, и будет ли клиент дальше обслуживаться здесь

ОПЫТ



76 Место, создающее продажи

Прежде журнал рассказывал об «автосервисном муравейнике» – комплексе, возникшем на базе многоуровневого паркинга. Мы довольно долго искали другой пример, более интересный и соответствующий действительно цивилизованному рынку. И вот – нашли

80 Мастер-консультант: дар или профессия?

Прежде всего, давайте разберёмся, существует ли «победоносная» технология продаж для СТО, и как ею овладеть? Начнём с самого начала: кого брать на должность консультанта?

УПРАВЛЕНИЕ автобизнесом
август-сентябрь, 2016
www.manager-auto.org

Главный редактор
Оксана Борисовна Демченко
O.Demchenko@asa-auto.org

Редактор раздела «А-сегмент»
Роман Акользин

Обозреватели:
Марина Белоглядова
Роман Акользин
Евгений Горянский

Отдел рекламы:
Андрей Войнов, руководитель отдела
a.voinov@kuzov-media.ru

Артем Царенков
a.tsarenkov@kuzov-media.ru

Эксперты журнала
Александр Груздев, директор
российского офиса маркетингового
агентства GIPA agruzdev@gipa.eu
Евгений Горянский, бизнес-тренер
goryansky@egcoach.com
Ольга Селезнева, собственник
ТЦ «Волин»
David Young, директор сети кузовных
конференций IBIS

Корректор
Олеся Позняк
Дизайнер
Ольга Давыдова

Учредитель:
Некоммерческое партнёрство поддержки
и развития автосервисов «Автомобильная
Сервисная Ассоциация» (АСА).
www.asa-auto.org
Телефон/ факс: (495) 641-02-17

Издатель:
ИД «Автомобильное время»

Руководитель:
Марина Белоглядова
m.beloglyadova@kuzov-media.ru

Адрес редакции:
125059 Москва, ул. Киевская, д. 14, стр. 9

Распространение и подписка:
Светлана Иголкина, тел: (495) 229-42-42,
доб. 321
is@kuzov-media.ru

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий и массовых
коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство: ПИ № ФС 77 44411 от 25 марта 2011 г.

Перепечатка и использование материалов допускается только
с письменного разрешения ИД «Кузов-Медиа».
Редакция не несет ответственности за содержание реклам-
ных материалов. Мнение редакции может не совпадать
с мнением авторов.
Рукописи рассматриваются, но не рецензируются и не воз-
вращаются. Редакция вступает в переписку по своему
усмотрению.

Отпечатано в типографии ООО «ДДД»
г. Нижний Новгород.
Тираж 11 000 экз.

Распространяется по всем регионам России
по подписке и прямой адресной рассылкой
руководителям автопредприятий.

Цена по подписке через редакцию 235 руб.
в розницу и по партнерским программам –
свободная.

Подписной индекс по каталогу «Роспечать» –
83177